

Arysta LifeScience: Εγγυόμαστε υψηλό υγειονομικό επίπεδο αμπελώνων με ένα πολυλειτουργικό μοντέλο προϊόντος κορυφαίας κατηγορίας

Автор(и): Растителна защита
Дата: 23.08.2017 Брой: 8/2017



Στο αμπέλι της Vinprom Karnobat κοντά στο χωριό Βενέτς, μια ομάδα από την αγροχημική εταιρεία επέδειξε «στο πεδίο» σε ένα επαγγελματικό κοινό τις ιδιότητες, δραστηριότητες, φόρτο και ενέργεια του νέου εταιρικού της μοντέλου για τη διατροφή και προστασία αμπελώνων από ασθένειες και επιβλαβή οργανισμούς. Η μορφή είναι ιδιαίτερα λειτουργική – νέας γενιάς μυκητοκτόνα, εντομοκτόνα και ακαριδοκτόνα, βιολογικά προϊόντα για την ενεργοποίηση φυσιολογικών διεργασιών, προϊόντα για τη βελτίωση της απόδοσης των φυτοφαρμάκων και των φυλλικών λιπασμάτων.

Η συνάντηση στο χωριό Βενέτς, μέρος του ημερολογίου καλών και επιτυχημένων γεωργικών πρακτικών της Arysta LifeScience Βουλγαρίας, προκάλεσε το επαγγελματικό ενδιαφέρον πολλών αμπελουργών από τη νοτιοανατολική περιοχή της χώρας, μια από τις κορυφαίες αμπελουργικές περιοχές. Ο Miladin Nazarkov, Διευθυντής Μάρκετινγκ και Πωλήσεων στην Arysta LifeScience, ενημέρωσε το επαγγελματικό κοινό ότι η προστασία των καλλιεργειών στην αμπελουργία είναι μια στρατηγική προτεραιότητα στην εταιρική πολιτική τόσο της πολυεθνικής εταιρείας Arysta LifeScience όσο και της θυγατρικής της στη Βουλγαρία. Λαμβάνοντας υπόψη τη μεγάλη δυναμική της βουλγαρικής αμπελουργίας και τη δυναμική της επιταχυνόμενη εκσυγχρονισής της, η ομάδα της επιχειρηματικής διεύθυνσης στη Βουλγαρία έχει ορίσει ένα νέο όραμα για το τεχνολογικό και προϊόντολογικό της μοντέλο για τον έλεγχο επιβλαβών οργανισμών στα αμπέλια.

Η Arysta LifeScience προσφέρει προϊόντα ειδικά αναπτυγμένα για χρήση και σε αμπέλια, όπως τα μυκητοκτόνα **Domark**, **Spirox** και **Dimix**. Με αυτά τα μυκητοκτόνα, το επίπεδο προστασίας και η εγγυημένη ασφάλεια έναντι παθογόνων που προκαλούν μυκητιασικές ασθένειες αυξάνεται αναμφίβολα. Από αυτή την άποψη, η Arysta LifeScience προσφέρει το εκτενέστερο χαρτοφυλάκιο εντομοκτόνων και ακαριδοκτόνων για την αμπελουργία στη Βουλγαρία.

Με την απόκτηση της Goëmar στη Γαλλία, η Arysta LifeScience έγινε ο δεύτερος μεγαλύτερος παγκόσμιος παραγωγός προϊόντων – βιο-ενεργοποιητών φυτικής ανάπτυξης, που είναι επίσης κατάλληλα για χρήση σε τμήματα βιολογικής παραγωγής – βιοφυτοφάρμακα και βιοδιεγέρτες. Στην πλατφόρμα επίδειξης στο χωριό Βενέτς, έχουν χρησιμοποιηθεί οι βιοδιεγέρτες **Siapton** και **BM Start** (που θα προσφέρονται στη βουλγαρική αγορά από το 2018). Αυτό είναι ένα σαφές σημάδι ότι η Arysta LifeScience διευρύνει το πεδίο της προστασίας των καλλιεργειών, αλλάζοντας τη φιλοσοφία αυτής της βασικής πρακτικής. Το **Siapton** ενεργοποιεί τα γονίδια που είναι υπεύθυνα για τις άμυνες του φυτού έναντι αβιοτικών παραγόντων, επιταχύνει το σχηματισμό αμινοξέων και υποστηρίζει την απορρόφηση του νιτρικού αζώτου. Επιπλέον, το **Silwet** είναι ένας βοηθητικός παράγοντας νέας γενιάς. Ο υπερ-διαχύτης εξασφαλίζει ασύγκριτα καλύτερη κατανομή της σταγόνας του ψεκαστικού διαλύματος σε μεγαλύτερη μονάδα επιφάνειας του φυλλικού φύλλου. Βελτιώνει την αποτελεσματικότητα των προϊόντων προστασίας και διατροφής των καλλιεργειών που χρησιμοποιούνται σε συνδυασμό με αυτό. Προϊόντα που χρησιμοποιούνται μαζί του διεισδύουν σε μορφολογικά πιο σύνθετα και δυσπρόσιτα μέρη του φυτού. Το **Silwet** είναι μια έτοιμη προς χρήση διατύπωση, 100% επιφανειοδραστική. Το προϊόν καθιστά δυνατή τη μείωση του όγκου του ψεκαστικού διαλύματος έως και 40%. Το **Hix-Change** είναι ένα νέο προϊόν για την προετοιμασία ψεκαστικών διαλυμάτων, που μειώνει το επίπεδο pH και δημιουργεί βέλτιστες συνθήκες για τη δράση φυτοφαρμάκων και φυλλικών λιπασμάτων.

Επιπλέον, υπάρχει μια άλλη ιδιαίτερα σημαντική περίπτωση. Η νέα γενιά μυκητοκτόνων και εντομοκτόνων της Arysta LifeScience έχει καινοτόμα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά. Η τεχνολογική μορφή της Arysta LifeScience για την προστασία των αμπελώνων, επιλεγμένη ειδικά για τις βουλγαρικές συνθήκες και τις υψηλές επαγγελματικές ικανότητες των ατόμων που εργάζονται στον κλάδο, είναι πλήρως δομημένη και δοκιμασμένη, και η θέση της στην αγορά είναι επικείμενη. Τώρα εξαρτάται από το μάρκετινγκ – να κάνει αυτό το μοντέλο αναγνωρίσιμο και να διασφαλίσει ότι ο πελάτης αποκτά το δικαίωμα και την ευκαιρία να κάνει μια ενημερωμένη επιλογή.